

BAB I

PENDAHULUAN

1.1 Latar Belakang

Eka Surya Jaya Mandiri merupakan salah satu perusahaan industri yang bergerak di bidang produk makanan jenis bawang merah dan bawang putih iris goreng. Dengan proses pengolahan bawang merah dan bawang putih menjadi sebuah produk bawang merah dan bawang putih goreng. Perusahaan tersebut didirikan pada tanggal 27 Juni 2010 berdomisi di jalan Wukir gang 5 Kelurahan Temas Kota Batu. Saat ini perusahaan telah memiliki 5 karyawan pemasaran, 4 karyawan di bagian produksi dan 6 karyawan di bagian pengupasan bawang merah dan bawang putih. Perusahaan juga memiliki sertifikat SIUP, TDI, dan IUI mikro. Perusahaan memiliki kapasitas bahan baku siap di produksi rata-rata 1.280 kg untuk bawang merah, dan 160 kg untuk bawang putih perbulan dengan menghasilkan produk jadi 426 kg bawang merah goreng dan 60 kg bawang putih. Pemasaran bawang goreng saat ini menyebar di area pasar tradisional Jawa dan Bali. Dengan berbagai jenis berat bersih mulai dari 30 gram, 50 gram, 65 gram, 100 gram, 150 gram, 200 gram, 250 gram dan 500 gram. Eka Surya Jaya Mandiri tersebut memiliki beberapa pesaing di pasarnya diantaranya perusahaan bawang goreng bintang, canggi dan masih banyak lagi.

Berdasarkan observasi dan wawancara pada pemilik perusahaan yang berdiri sejak tahun 2010 sampai saat ini konsep pemasaran yang digunakan masih secara konvensional yaitu dari mulut kemulut sehingga pemasaran produk masih sangat terbatas. Akibatnya pemasaran hanya dapat berkembang dari pasar satu ke pasar yang lain dalam lingkup kecil. Dibuktikan dengan kapasitas produksi saat ini 426 kg bawang merah dan 60 kg bawang putih per bulan. Keunggulan produk yang dapat bersaing dengan produk sejenisnya yaitu kemasan yang menarik dan kualitas produk yang dihasilkan. Sedangkan kekurangan dari pihak manajemen ingin mengembangkan produk dan meluaskan pasarnya sesuai target, karena ditinjau dari keadaan pasar saat ini

pada volume penjualan dan pangsa pasar terus menurun sebesar 3% berdasarkan data dari perusahaan. Sehingga perlu adanya strategi pemasaran guna meningkatkan omset dan volume penjualan produk, untuk itu akan dijalankan strategi pemasaran yang sesuai pada produk bawang goreng ini agar dapat bersaing dengan kompetitornya di Kota Batu dan sekitarnya.

Analisis pada strategi pemasaran digunakan untuk meningkatkan volume penjualan dan meningkatkan pangsa pasar. Pada penelitian ini akan memberikan alternatif pemecahan masalah dengan mengidentifikasi serta menganalisis kondisi perusahaan baik kondisi internal, eksternal maupun profit kompetitif perusahaan dengan menggunakan matriks BCG dan analisis SWOT berdasarkan faktor kekuatan, kelemahan, peluang dan ancaman yang diperoleh dari hasil analisa. Hasil penelitian Anggrianto, dkk (2013) dengan menggunakan matriks BCG dan Analisis SWOT menunjukkan bahwa tingkat pertumbuhan pasar sebesar 13,38% dan pangsa pasar relatif sebesar 1,11 yang menunjukkan perusahaan berada pada posisi *cash cow*. Berdasarkan analisis SWOT dihasilkan beberapa alternatif strategi antara lain, daerah pemasaran produk yang luas, Menjaga dan meningkatkan kualitas produk kepada pelanggan, menambah permodalan untuk meningkatkan jumlah produksi, memperbaiki posisi saat ini agar lebih baik lagi, dan mengadakan evaluasi terhadap strategi lama. Penyusunan matriks BCG digunakan untuk mengetahui posisi perusahaan dari pertumbuhan dan pangsa pasar, sedangkan analisis SWOT bertujuan untuk menyusun alternatif strategi yang dapat digunakan perusahaan. Dengan digunakannya strategi pemasaran tersebut dapat meningkatkan posisi perusahaan terhadap pertumbuhan dan pangsa pasar serta strategi yang tepat dalam hal pemasaran produk bawang goreng.

1.2 Rumusan Masalah

Berdasarkan latar belakang yang diuraikan, maka rumusan masalah dalam penelitian ini adalah "Bagaimana strategi pemasaran produk dengan analisis matriks BCG dan SWOT dalam meningkatkan penjualan pada produk bawang goreng merk jaya di perusahaan Eka Surya Jaya Mandiri?"

1.3 Tujuan Penelitian

Berdasarkan rumusan masalah yang telah diuraikan, maka tujuan dari adanya penelitian ini sebagai berikut:

1. Mengidentifikasi faktor internal dan eksternal yang ada di perusahaan bawang goreng Eka Surya Jaya Mandiri menggunakan metode SWOT.
2. Mengidentifikasi posisi pangsa pasar perusahaan bawang goreng Eka Surya Jaya Mandiri Batu menggunakan matriks BCG.
3. Mendapatkan strategi baru yang akan dijalankan oleh perusahaan bawang goreng Eka Surya Jaya Mandiri.

1.4 Batasan Masalah dan Asumsi

Agar permasalahan tidak menyimpang dari analisis yang dilakukan maka permasalahan yang dibatasi pada:

1. Analisa strategi pemasaran yang digunakan pada penelitian di perusahaan Bawang Goreng Jaya terbatas hanya pada strategi BCG dan SWOT.
2. Tidak membahas masalah biaya produksi dan penjualan.

1.5 Manfaat Penelitian

1. Penelitian ini dapat digunakan referensi dan masukan untuk perusahaan.
2. Perusahaan Bawang Goreng Jaya dapat menerapkan metode analisa BCG dan SWOT ini sebagai salah satu proses dalam melakukan analisa strategi pemasaran perusahaan kedepannya.
3. Penelitian ini dapat dipergunakan untuk dasar referensi bagi penelitian yang akan datang.
4. Sebagai bahan pembelajaran bagi pembaca untuk menambah wawasan yang lebih baik lagi dalam bidang pemasaran.